

Introducción

La economía andaluza no está siendo ajena al proceso de globalización de los mercados e internacionalización de las actividades productivas que de manera creciente se está produciendo en los últimos años en el panorama económico internacional. Su integración en la economía mundial y, especialmente con los países del entorno más próximo, es cada día más intensa y se evidencia en múltiples manifestaciones que van más allá de la apertura exterior.

Así, en los últimos años, son numerosas las referencias a la creciente interrelación entre los intercambios comerciales y los flujos de capitales transfronterizos.

En el presente número del Boletín Económico de Andalucía se hace una aproximación a estos temas, profundizando, especialmente en el análisis del comercio exterior y de las inversiones extranjeras directas.

El trabajo se inicia con un artículo sobre el papel de Andalucía ante el proceso de integración de la economía mundial, realizado por Jerónimo Molina, y que tiene un claro carácter introductorio de los dos bloques temáticos principales, en torno a los cuales se articulan los restantes análisis. En este primer artículo el autor reflexiona sobre el tema de la internacionalización, señalando que no sólo está afectando a la economía, sino que se extiende a otros aspectos sociales y culturales, y destacando la importancia de la tecnología en este proceso. Al referirse al caso de Andalucía se centra en tres pilares básicos

que condicionan su integración en la economía mundial: el reto del Mercado Único Europeo, señalando la necesidad de mejorar la competitividad de la economía andaluza; la nueva organización mundial del comercio surgida tras los acuerdos de la Ronda Uruguay del GATT y el acuerdo de libre asociación entre la Unión Europea y Marruecos, que podría implicar un incremento de la competencia para los productos andaluces.

Juan Carlos Collado, desde la Fundación Tomillo, profundiza en las consecuencias para la economía andaluza de estos cambios que se están produciendo en el entorno internacional, y más concretamente en los efectos de la reciente liberalización promulgada por el GATT. Entre ellos se destaca la importancia de la conquista de nuevos mercados por parte de las empresas andaluzas, y el reto de la competencia y de la educación como estrategia de futuro.

El comercio exterior de Andalucía es analizado desde distintos ámbitos y puntos de vista. Eduardo Cuenca, desde la Universidad de Granada, se centra en el comercio exterior andaluz, considerando previamente las transformaciones acaecidas en el comercio internacional, y sus repercusiones sobre el funcionamiento y la organización de las empresas y los procesos de externalización y globalización de las actividades económicas. Entre los aspectos más destacados de esta caracterización sitúa el bajo grado relativo de apertura comercial de la región, el reducido número de países con los que se realizan

intercambios comerciales, la participación de pocas empresas, y la concentración de las exportaciones en productos muy tradicionales, señalando la necesidad de mejorar los canales de distribución y comercialización, así como de potenciar una estrategia de apertura de las empresas.

Manuel Delgado y M^a del Carmen Rodríguez han analizado los flujos comerciales de Andalucía con el exterior durante la década 1980-90, en base a las balanzas comerciales elaboradas a partir de las Tablas Input-Output de la economía andaluza, referidas a 1980 y 1990. Entre las principales aportaciones de este trabajo destaca el hecho de que en estos diez años se ha incrementado el déficit comercial andaluz, lo que parece que se debe casi exclusivamente a los intercambios con el resto de España, ya que las relaciones comerciales con el resto del mundo han pasado a ser superavitaria. A nivel sectorial, sólo el primario ha mejorado su posición comercial en estos años, acentuando su orientación hacia el resto del mundo. No obstante, la industria es el sector más exportador, absorbiendo alrededor del 80% de las exportaciones totales de la región, y el que realiza el volumen más importante de compras del exterior. Por el lado de las importaciones lo más destacable es el notable incremento de las compras del sector servicios.

El artículo se completa con un análisis de la producción y la demanda de la economía andaluza, una vez descontadas las exportaciones, lo que permite apreciar en qué medida la producción interior satisface la demanda interna, poniéndose de manifiesto que en el período analizado la satisfacción de la demanda interna de la región se ha hecho más dependiente del exterior y esto se aprecia en todos los sectores.

José M^a Mella y M^a Francisca Rivero, desde la Universidad Autónoma de Madrid, profundizan en el análisis sobre el comercio exterior y la competitividad de la economía andaluza,

analizando la especialización sectorial de las secciones del arancel, lo que les ha permitido identificar entre los sectores que presentan ventajas competitivas, a los productos del reino vegetal, las grasas y aceites, y los instrumentos y aparatos de óptica y fotografía, mientras que el sector químico, la industria alimentaria, y los metales y sus manufacturas se sitúan entre los menos competitivos. Este estudio se completa mediante un análisis shift-share, que reafirma la idea de que la industria química y la alimentaria, a pesar de constituir una especialización, no presentan ventajas competitivas, lo que por otro lado no parece que se deba a desventajas asociadas a los precios.

La comercialización de los servicios es el tema tratado por Miguel González y Francisco González en un trabajo en el que se pone de manifiesto la creciente importancia de este tipo de comercio exterior. Entre los principales factores impulsores del mismo se destaca la innovación tecnológica, que está induciendo de manera directa la mayor comercialización de determinadas ramas de los servicios (transportes y telecomunicaciones), y la liberalización del sector terciario.

Al reflexionar sobre las repercusiones de estos factores en la economía andaluza, los autores señalan las positivas consecuencias del cambio tecnológico en los transportes y telecomunicaciones sobre el turismo y la comercialización de todo tipo de bienes y servicios, debido a la minoración de los costes y a la agilización de las transacciones, mejorando la competitividad.

Respecto a la liberalización del terciario, lo consideran como "...el factor más importante en orden a impulsar el comercio de servicios", destacándose las favorables consecuencias para la economía andaluza, para lo cual se pone de manifiesto la necesidad de acometer una serie de medidas que impulsen la liberalización así como otras en materia de infraestructuras de telecomunicaciones y cualificación de los recursos humanos.

Desde el ICEX, José A. Vázquez describe las principales actuaciones del citado organismo para promocionar el comercio exterior de Andalucía. Entre ellas se señalan las ayudas para la promoción exterior, tales como asistencia a ferias comerciales, misiones comerciales para facilitar a importadores potenciales el conocimiento de la oferta española, programas de imagen etc. Asimismo, el ICEX ofrece también su apoyo a las empresas para facilitar la internacionalización de sus actividades, facilitando información, evaluando propuestas de inversión..., así como facilita la formación de los recursos humanos de las empresas con actividades comerciales en el exterior, mediante becas, jornadas y cursos, ofreciendo servicios de asesoramiento para los problemas técnicos que conlleva la exportación.

En Andalucía, en los últimos años destacan las tareas de promoción exterior propiamente dichas, y entre ellas los acuerdos de cofinanciación firmados con la Junta de Andalucía.

Este bloque de artículos dedicados al análisis del comercio exterior se completa con una visión sobre determinados aspectos metodológicos asociados al estudio del comercio exterior, realizada desde el Instituto de Estadística de Andalucía por Rafael Martín de Agar y Antonio González. En primer lugar se hace mención a las dificultades que ello conlleva a nivel regional, entre las que destaca la localización geográfica del origen de las exportaciones y del destino de las importaciones. Se analizan asimismo las fuentes de información, y las estadísticas disponibles sobre comercio exterior, tanto en el ámbito europeo y nacional como en las distintas Comunidades Autónomas españolas y, entre ellas Andalucía.

El estudio de las relaciones exteriores de la economía andaluza se completa con el análisis

de las inversiones extranjeras directas en la región a través de dos trabajos, en los que tras unas oportunas aportaciones metodológicas y teóricas se analiza la evolución de las inversiones extranjeras en Andalucía en los años más recientes.

El artículo presentado por Marcos Miguel García, desde la Universidad de Granada, destaca como la intensidad de estas inversiones en la región no es acorde a su peso demográfico y económico en el conjunto nacional, poniendo de manifiesto una débil capacidad de atracción. Además, entre las ventajas que han propiciado las inversiones extranjeras a Andalucía, muy centradas por otra parte en el subsector industrial de alimentos y bebidas, el autor destaca las que denomina de tipo estático, basadas en precios y costes, frente a la debilidad de las de tipo dinámico, entre las que sitúa el capital humano, la capacidad técnica, la oferta de servicios a las empresas... lo que considera como un síntoma del menor desarrollo de la región.

En el estudio realizado por Asunción López y José M^a Mella se profundiza en la distribución sectorial de la inversión extranjera directa en Andalucía y las características de los sectores industriales con mayor presencia de capital multinacional. Se constata el elevado grado de concentración de las inversiones exteriores en Andalucía en sectores muy vinculados a la explotación de los recursos naturales, y que a su vez tienen una importante vocación exportadora, y unos ratios de productividad y costes que podrían garantizar el desarrollo de ventajas competitivas. No obstante, los autores, manifiestan la necesidad de establecer mecanismos que animen la inversión extranjera directa en otros sectores que permitan desarrollar nuevas ventajas y potenciar un mayor desarrollo de la región.